

ellen Fernsehversuche sind gescheitert oder gar nie bis zur Sendereife vorangetrieben worden. Dies betrifft insbesondere auch die auf ein internationales Publikum schielenden, möglichst via Satellit auszustrahlenden Sender. Auf dem Gebiet des Radios war Radio L der erste liechtensteinische Sender in der neueren Zeit. Der erste liechtensteinische Standard war somit ein Kommerzradio, das auf die für die Werbekundschaft massgebliche Zielgruppe der Jüngeren abgestimmt war. Mit der Umwandlung in einen öffentlich-rechtlichen Sender tritt der kommerzielle Aspekt in den Hintergrund. Der Liechtensteinische Rundfunk soll ein ausgewogenes Programm für alle Bevölkerungsschichten anbieten. Die Werbung soll zwar weiterhin einen Teil der Einnahmen generieren, im Konzept sind aber auch staatliche Zuschüsse sowie eine Option auf Einführung von Rundfunkgebühren vorgesehen. Der Massstab für Radio Liechtenstein wird dementsprechend nicht nur die Einschaltquote, sondern auch die Qualität des Programms sein. Die Entwicklung läuft somit in dieser Sparte tendenziell weg von der Kommerzialisierung.

Auch bei den Zeitungen – von der LieWo als Wochen-Anzeiger abgesehen – ist nicht ohne weiteres eine Kommerzialisierung zu diagnostizieren. Zeitungen stehen generell unter einem enormen Kostendruck, sind anzeigenabhängig und damit einnahmenseitig auch konjunkturellen Schwankungen unterworfen. Und sie sind auch gezwungen, technische und administrative Rationalisierungsschritte laufend zu vollziehen. Auf Seiten der Leserschaft treffen sie dabei auf zunehmend gebildete Schichten, die Qualitätsansprüche an die Medien stellen. Vor diesem Hintergrund hat in den umliegenden Ländern nach dem weitgehenden Niedergang von Parteizeitungen eine Flurbereinigung auf dem Printmedienmarkt stattgefunden, der insbesondere Lokal- und kleinere Regionalzeitungen erfasste. In der Schweiz wird dies etwa durch spektakuläre Fusionen von Zeitungen, wie beispielsweise im Falle der Neuen Luzerner Zeitung oder der Mittellandzeitung, dokumentiert. Diese Entwicklung ist begleitet von einem Bedeutungszuwachs grosser Verlagshäuser – etwa der Tamedia AG, die um den Tagesanzeiger gruppiert ist, dem Verlag der Neuen Zürcher Zeitung oder Ringier.

Die Tageszeitungen in Liechtenstein sind von dieser Entwicklung noch nicht vollständig erfasst worden. Im Verhältnis zur Bevölkerungszahl ist die ungebrochene Existenz von zwei Tageszeitungen, die für den gleichen Markt produziert werden, deutlich überdimensioniert. Dieser eher ungewöhnliche Zustand ist dem geradezu anachronistischen Um-